Mapeando oportunidade de negócios

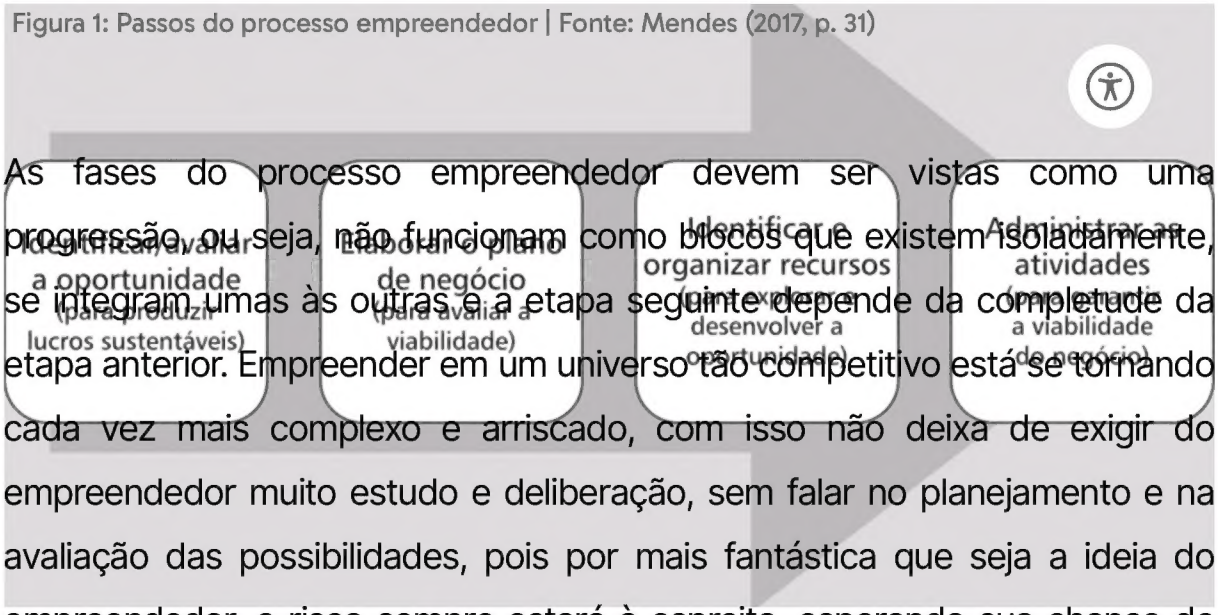
Em alguns aspectos, empreender é quase um incômodo, um desequilíbrio que motiva a mudança da inércia ao movimento de se construir um novo negócio. Mas neste argumento, o termo incômodo representa aquela vontade latente de resolver algum problema, de fazer algo que resolva a vida dos consumidores, de fazer diferente da concorrência.

Mas esta vontade abrupta por resolver algo não pode tirar de perspectiva que o empreendedor está criando uma empresa formal, ou seja, seu processo empreendedor será muito semelhante ao processo de criação de um negócio pura e simplesmente, tal como afirma Mendes (2017, p. 31)

> O processo de iniciar um novo negócio é inerente ao processo empreendedor e envolve um número razoável de variáveis que vai além da simples identificação de uma oportunidade e da resolução de um problema de cunho operacional ou administrativo até a gestão do negócio propriamente dita.

Sendo um processo lógico e ordenado, o processo empreendedor compreende quatro fases distintas, começando com o reconhecimento da oportunidade, que por muitos pode ser considerado o ponto principal para o sucesso do empreendimento. Este processo também inclui, como etapas de desenvolvimento a elaboração do plano de negócio, identificação e organização dos recursos e a gestão dos processos, como podemos observar na figura a seguir:

Figura 1: Passos do processo empreendedor | Fonte: Mendes (2017, p. 31)


Identificar e avaliar a oportunidade (para produzir lucros sustentáveis)
Elaborar o plano de negócio (para avaliar a viabilidade)
Identificar e organizar recursos (para desenvolver a oportunidade)
Administrar as atividades (para garantir a viabilidade do negócio)

As fases do processo empreendedor devem ser vistas como uma progressão, ou seja, não funcionam como blocos que existem isoladamente, se integram umas às outras e a etapa seguinte depende da completude da etapa anterior. Empreender em um universo tão competitivo está se tornando cada vez mais complexo e arriscado, com isso não deixa de exigir do empreendedor muito estudo e deliberação, sem falar no planejamento e na avaliação das possibilidades, pois por mais fantástica que seja a ideia do empreendedor, o risco sempre estará à espreita, esperando sua chance de minar o sucesso.

Sobre o risco e sua relação com o empreendedor e seu empreendimento, Mendes (2017, p. 32), afirma que:

> O empreendedor sabe que todo empreendimento é uma prática extremamente arriscada, portanto os riscos de ele não se tornar bem-sucedido são elevados. Nenhum empreendedor experiente arriscaria todas as suas economias em negócios que não proporcionam ganho suficiente para compensar o risco dentro dele.

Mas a relação que o empreendedor deve manter com o risco é sempre de respeito, ou seja, ele deve reconhecer que o risco existe, assim como deve compreender qual sua sensibilidade ao risco. Desta forma, ele constrói o empreendimento de forma mais concisa e coerente, sem extravagâncias que lhe coloquem em posição de vulnerabilidade.

Estudante, seria exagero afirmar que todos humanos já tiveram sua grande ideia um dia? Você já teve a ideia milionária? Bem, para empreender é preciso

um ponto de partida que geralmente representa uma ideia, um novo produto, uma nova abordagem a um serviço e esta ideia tende a nascer uma necessidade que pode ser tanto pessoal quanto de outras pessoas, consumidores frustrados com algo, por exemplo. De acordo com Mendes (2017, p. 58), temos que as oportunidades surgem da concepção de ideias que,

> [...] surgem de uma nova maneira de resolver um problema ou determinada situação. As necessidades também podem gerar soluções por meio da criatividade. Ao se concentrar nas soluções e não nos problemas, há muito mais chance de se encontrar aquilo que se denomina "nicho", ou seja, um mercado que ainda não foi criado e para o qual ninguém pensou nem está preparado para atender.

Existem muitos casos de negócios de sucesso que nasceram da necessidade de se resolver um problema pessoal, familiar e que foi capaz de chamar a atenção do mercado ao ponto da ideia ser encapsulada em um empreendimento e originar uma gama de produtos ou serviços.

Mas ter uma ideia, nem sempre se traduz em ter uma oportunidade, pois a resolução de um problema, no produto ou serviço, demanda recursos financeiros, conhecimento e o tão falado espírito empreendedor, sem estes fatores (e muitos outros), o indivíduo tem apenas uma ideia.

Pode parecer redundante, mas existe um processo que liga uma ideia a uma oportunidade e que muitas vezes nasce invertido na mente do empreendedor, pois às vezes ele concebe a solução antes de compreender o problema. Porém, existem os que vão identificar o problema e dele extrair uma solução que atenda, que resolva.

Fato é que encontrar solução para um problema é uma eficiente forma de encontrar uma oportunidade de negócio, pensando nisso, a seguir está

compilada uma lista de considerações que vão facilitar seu processo de criação de soluções, e, quem sabe, abrir muitas oportunidades:

- Ao deparar-se com o problema, pense na solução, ainda que ela não dependa exclusivamente de você.
- Ao encontrar a solução, avalie se é possível adotá-la para resolver os problemas de maneira generalizada, ou seja, se a solução beneficia um grande número de pessoas.
- Se a solução resolver o problema de um grande número de pessoas, existe a possibilidade de ganhar dinheiro com ela.
- Se existe a possibilidade de ganhar dinheiro com a solução, por que não transformá-la em projeto ou plano de negócio? Veremos isso mais adiante.
- Se for possível transformá-la em projeto ou plano de negócio, torna-se mais fácil apresentá-la a um investidor que possa interessar-se pela sua execução.
- Se um investidor se interessar pelo projeto, o que você tem a perder com isso? Ninguém consegue nada sozinho, e há sempre investidores de olho nas boas ideias.
- Se não há nada a perder, o que você está fazendo que ainda não arranjou um bom amigo ou um futuro sócio para ajudá-lo a colocar tudo isso em prática? (MENDES, 2017, p. 58)

Existe algo interessante aqui: nem toda ideia nasce para gerar lucro, pois empreender não é somente sobre acúmulo de riqueza, devemos sempre

considerar o empreendedorismo social e o fato de que devemos, se possível, contribuir para uma sociedade melhor.

Neste sentido, você encontra situações onde empresas desenvolvem tecnologias que acreditam que irão agregar muito valor à humanidade e as disponibilizam gratuitamente para quem as desejar utilizar, ou seja, uma ideia nasceu para resolver um problema e seu objetivo para por aí: em resolver o problema.

Ter uma ideia que resolva um problema de muitas pessoas pode ser o princípio do nascimento de um novo império, de um negócio milionário, mas não pense, estudante, que ter ideias assim estão restritas a um grupo seleto de mentes brilhantes, de empresários com anos de experiência, afinal qualquer pressão cria micro soluções a cada minuto em seu dia a dia, algumas destas micro ideias podem valer milhões de reais, um dia.

Mas ter apenas uma ideia não significa muito se não existe um mínimo de estrutura, ou seja, encontrar a solução de um problema pode até ser fácil, mas fazer com que tal solução seja simples, fácil de aplicar, barata e, o mais importante, desejada pelos clientes, isso sim é algo complicado e exige uma mente empreendedora.

Claro que as duas partes deste processo podem ser construídas por qualquer ser humano que desejar: a criatividade, para se ter ideias brilhantes, pode ser nutrida e exercitada, e a conversão em uma ideia empreendedora pode ser feita seguindo alguns passos. Assim, para ser mais fácil de observar quais são os principais passos para se criar um negócio observe a Figura 2 que está apresentada a seguir:

Figura 2: Passos abertura de um negócio | Fonte: Mendes (2017, p. 31)

A pesquisa de mercado é fator essencial para abertura de qualquer negócio, pois, é através desta pesquisa que o empreendedor analise se o negócio tem chance de dar certo. É na pesquisa que são estudados fatores como perfil do cliente, precificação, concorrentes, principais fornecedores, enfim, todos os detalhes são levantados para que possa nortear a ação do empreendedor (RAZZOLINI FILHO, 2012).

O segundo passo para abertura de um negócio trata-se da elaboração do plano de negócios, esta é uma etapa fundamental e essencial para o sucesso de qualquer empresa. É através do plano de negócios que o empreendedor analisa a viabilidade do que ele pretende abrir. O planejamento de finanças compõe o terceiro passo do processo de abertura de um negócio, aqui são levantadas as necessidades de recursos financeiros que a empresa necessitará, bem como, são apresentadas também as possíveis fontes de financiamento. Interessante ressaltar ainda que o empreendedor poderá empreender com recursos próprios ou levantar recursos de terceiros junto a bancos e financeiras.

O quarto passo compreende o processo de planejamento das vendas, aqui devem ser descritas a forma como o empreendedor pretende fazer seus produtos e serviços chegarem aos seus clientes. É necessário avaliar que no planejamento das vendas devem constar as orientações sobre a definição de praça, preço, produto e propaganda que a empresa colocará em prática (RAZZOLINI FILHO, 2012).

A escolha do nome também é fundamental e essencial para o sucesso do negócio, obviamente que essa escolha deve se basear no tipo de marketing escolhido. Aqui é importante destacar a escolha da logomarca, o registro dessa marca para preservar os direitos autorais, bem como, é importante também que o empreendedor alinhe a marca aos objetivos estratégicos da organização.

A obtenção das autorizações de funcionamento é essencial, pois são essas autorizações que permitem à empresa funcionar. Importante que o empreendedor faça uma pesquisa sobre quais tipos de autorizações ele precisa para o seu negócio, essas podem contemplar desde as autorizações que são emitidas pelo poder público até eventuais licenças que são compradas pelo empreendedor para que a empresa venda determinado produto ou serviço.

A estruturação contábil é importante para as empresas pois ela garante um bom controle das entradas e saídas de recursos da empresa, bem como, visa preparar a empresa para atender às obrigações tributárias e fiscais (BRUNING, RASO, PAULA, 2015). A contabilidade contribui ainda para criação de controles que são essenciais para que o empreendedor possa tomar as suas decisões.

A escolha do local também é um passo importante de qualquer processo de empreendedorismo, muitas organizações alcançam o sucesso ou fracassam devido a sua localização, por isso, escolher em qual local a empresa será aberta é essencial para todo tipo de negócio. Um exemplo que pode ser utilizado é a questão das localizações das farmácias, é comum que esses estabelecimentos estejam próximos ou no caminho de grandes hospitais e clínicas, pois, são locais que acabam chamando o público que deverá consumir os medicamentos que ela comercializa (RAZZOLINI FILHO, 2012).

A definição da equipe de trabalho também é importante, por isso, o empreendedor deve se atentar muito sobre qual o perfil ideal de equipe e como essa equipe vai estar estruturada. Salienta-se ainda, que muitos empreendimentos começam com poucos funcionários, alguns inclusive começam apenas com o próprio empreendedor atendendo, entretanto, é muito importante que ele identifique os possíveis gargalos para que possa planejar a contratação de uma eficiente equipe de trabalho quando o negócio se desenvolver (BRUNING, RASO, PAULA, 2015).

A etapa final do processo de planejamento da abertura de uma empresa é a forma como ela será divulgada, assim, torna-se possível avaliar que o empreendedor deverá elaborar um plano de marketing para que a empresa se torne conhecida perante seus clientes. Sobre a divulgação é importante refletir que a empresa deverá focar a sua divulgação tanto na questão institucional, já que é uma empresa e que precisa se tornar conhecida, quanto deverá focar a sua divulgação em seus produtos e serviços (RAZZOLINI FILHO, 2012).

Aumentar a criatividade pode ser feito com muita leitura, com o questionamento sobre o funcionamento das coisas, pode ser constr com as experiências de vida de cada um e das que descobre nos outros, mas para se ter uma ideia é preciso aprimorar o olhar ao produto/serviço, questionar seu objetivo, o porquê é feito desta forma e não de outra, e assim encontrar pontos de melhoria que tem potencial de virar a grande ideia do século.

Imagine uma pessoa que trabalha há anos com restaurantes, levando as refeições aos clientes que esperam em suas mesas. Com o passar dos anos, esta pessoa certamente observou inúmeros erros de serviço ou desejos não atendidos dos clientes, portanto ele tem a base para compor uma ideia: criar um restaurante que seja projetado para não apresentar os erros que observou e que seja capaz de atender aos desejos mais comuns de seus clientes (BRUNING, RASO, PAULA, 2015). Este restaurante certamente será atrativo.

Existe um pensamento que sempre me ocorre quando eu tenho uma ideia: se esta ideia é tão brilhante, porque nenhum grande fabricante nunca fez algo parecido? Mas, estudante, não entenda isso como sendo um balde de água fria em seus planos e ideias, considere apenas que além de uma ideia bem concebida, o sucesso depende de fatores como demanda, mercado e a concorrência, ou seja, o sucesso de sua ideia demanda pesquisa, muita pesquisa.

De acordo com Borges (2018), é preciso entender o mercado onde a ideia está inserida, se o empreendimento for em um bairro, conhecer o mercado será menos trabalhoso, mas se o cenário for estadual e até mesmo nacional, os desafios serão maiores, mas para este processo (que deve sempre fazer

parte do processo empreendedor), existem alguns métodos que podem ser muito úteis:

- Análise da Concorrência: Esse é o método mais famoso e mais utilizado. Nele faz-se uma pesquisa formal, levantando todos os dados possíveis da concorrência para poder fazer o comparativo com a nossa própria empresa. Ele também é conhecido como benchmarking, que é justamente o processo de buscar referências no mercado para a nossa tomada de decisão.

- Conversas Informais: Essa estratégia não é tão estruturada quanto a análise da concorrência, mas ela tem um potencial de retorno qualitativo gigantesco. Isso nada mais é do que o famoso papo com o cliente, mas com uma intenção certa. Um gestor atento, deve sempre aproveitar contato com seus clientes para questionar, de maneira natural e gentil, onde mais ele compra, o que ele gosta e não temos, e quem atende ele hoje com isso.

- Pesquisa de Satisfação: Uma pesquisa de satisfação bem feita nada mais é do que a conversa informal com mais estrutura e que gere dados quantitativos mais confiáveis. Uma pergunta clássica que pode lhe ajudar é: Caso nossa empresa não existisse mais, o que você iria fazer?

É muito fácil se encantar com uma ideia e deixar de pensar em alguns aspectos que podem até mesmo inviabilizar a ideia. Às vezes, o universo do indivíduo é limitado, suas interações com o mercado são muito restritas, o que pode impedir que ele tenha acesso a outras possíveis soluções semelhantes à que concebeu e que tem potencial de lhe impedir o sucesso. Se a solução é global, deve-se conhecer o mercado global para o produto ou serviço.

Atividade Extra

Em muitos casos o empreendedor encontra a oportunidade de forma artificial, ou seja, ele vai em busca de uma oportunidade, mas não espera ser atingido por uma. Desta forma, se você, estudante, deseja empreender, existem sites que ajudam a encontrar oportunidades como o Sebrae e seu "SizeUp – sistema online de mapeamento de mercado para pequenos negócios", disponível em: <https://ois.sebrae.com.br/boaspraticas/sistema-online-mapeia-o-mercado-para-pequenos-negocios-eua/ >.

Referência Bibliográfica

BORGES, Leandro. Como Mapear Concorrentes Diretos e Indiretos. 2018. Disponível em: <https://blog.luz.vc/como-fazer/como-mapear-concorrentes-diretos-e-indiretos/>.

BRUNING, C.; RASO, C. C. M.; PAULA, A. de. Comportamento organizacional e intraempreendedorismo. Curitiba: Intersaberes: 2015.
MENDES, J. Empreendedorismo 360º: A Prática na Prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RAZZOLINI FILHO, E. Empreendedorismo, dicas e planos de negócios para o século XXI. Intersaberes: 2012.

Ir para exercício